dinamia'cet _iscte
Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território

PAT Programa Assistência Técnica 2030 | PORTUGAL 2030 | Financiado pela União Europeia

ESIF. COM-BOOST – Valor Público e *Boost* Comunicacional dos Fundos Europeus

Mostra dos Fundos Europeus, Alfândega do Porto

ESIF. COM-BOOST
European Funds Communication Boost

12 Dezembro de 2024

iscte
INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

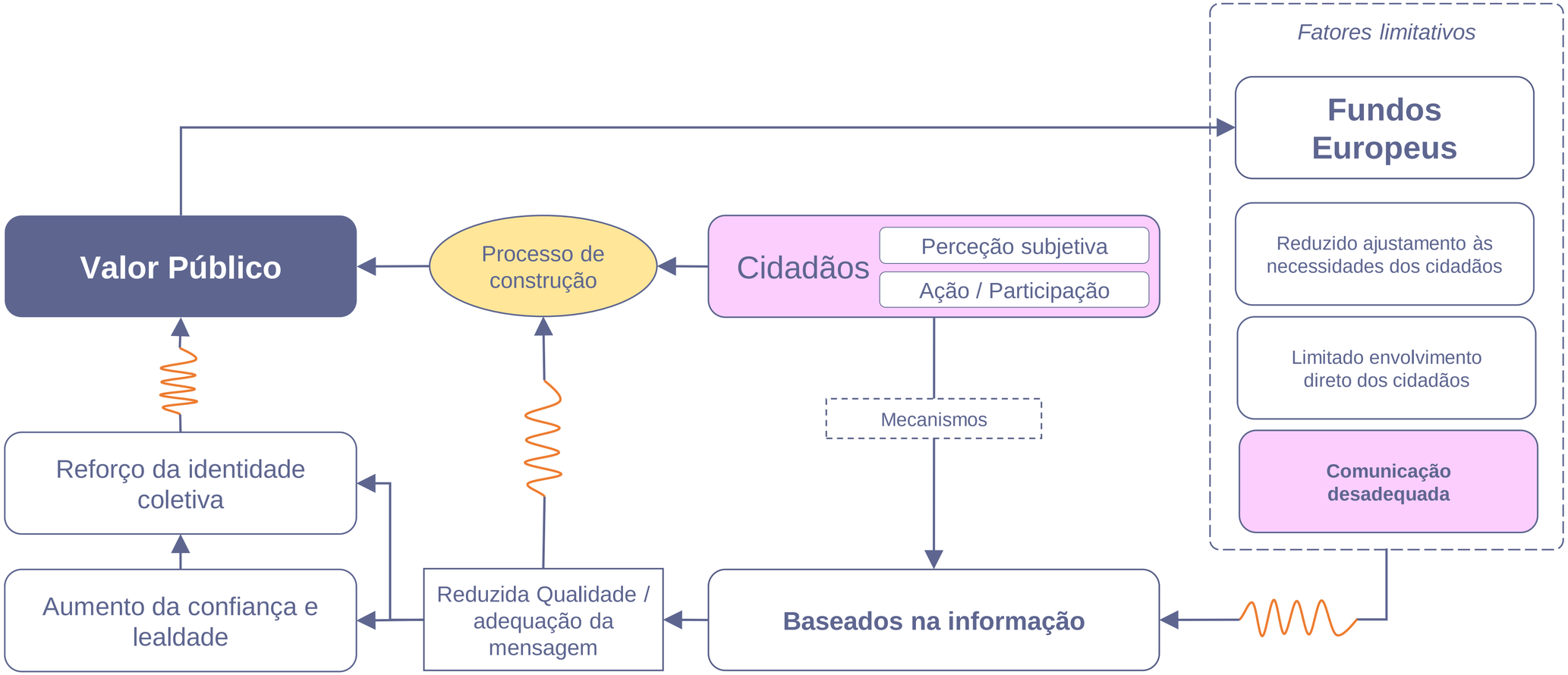
1. Ponto de partida do projeto

Conceito de Valor Público

Estudo da relação entre comunicação de política pública (neste caso os fundos europeus) e a criação do valor público percecionado e vivenciado pelos cidadãos.

O conceito de "valor público" de uma política pública refere-se ao **benefício ou ao impacto positivo** que esta proporciona à **sociedade em geral**, de forma **holística e duradoura**. Envolve não somente aspetos económicos, mas também sociais, culturais, ambientais e civilizacionais (justiça, equidade, direitos humanos, inclusão, representatividade, etc.).

1. Ponto de partida do projeto



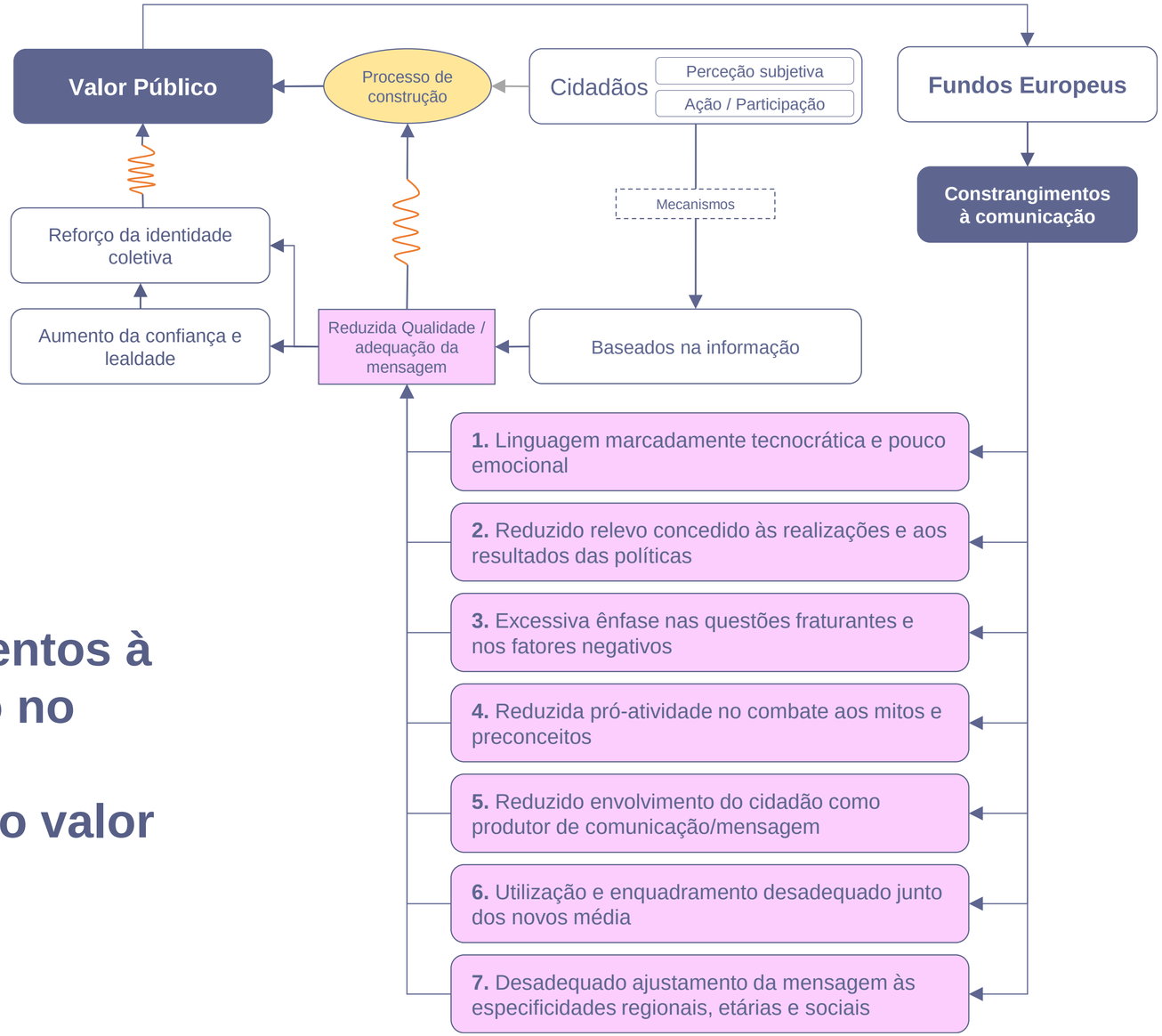
2. Objetivos gerais do projeto

I. Identificar os **fatores críticos** que dificultam uma melhor perceção do valor público dos fundos europeus por parte dos cidadãos e as melhores alternativas para os superar;

II. Compreender o **processo de criação do valor público** dos fundos a partir dos esforços de comunicação da própria política;

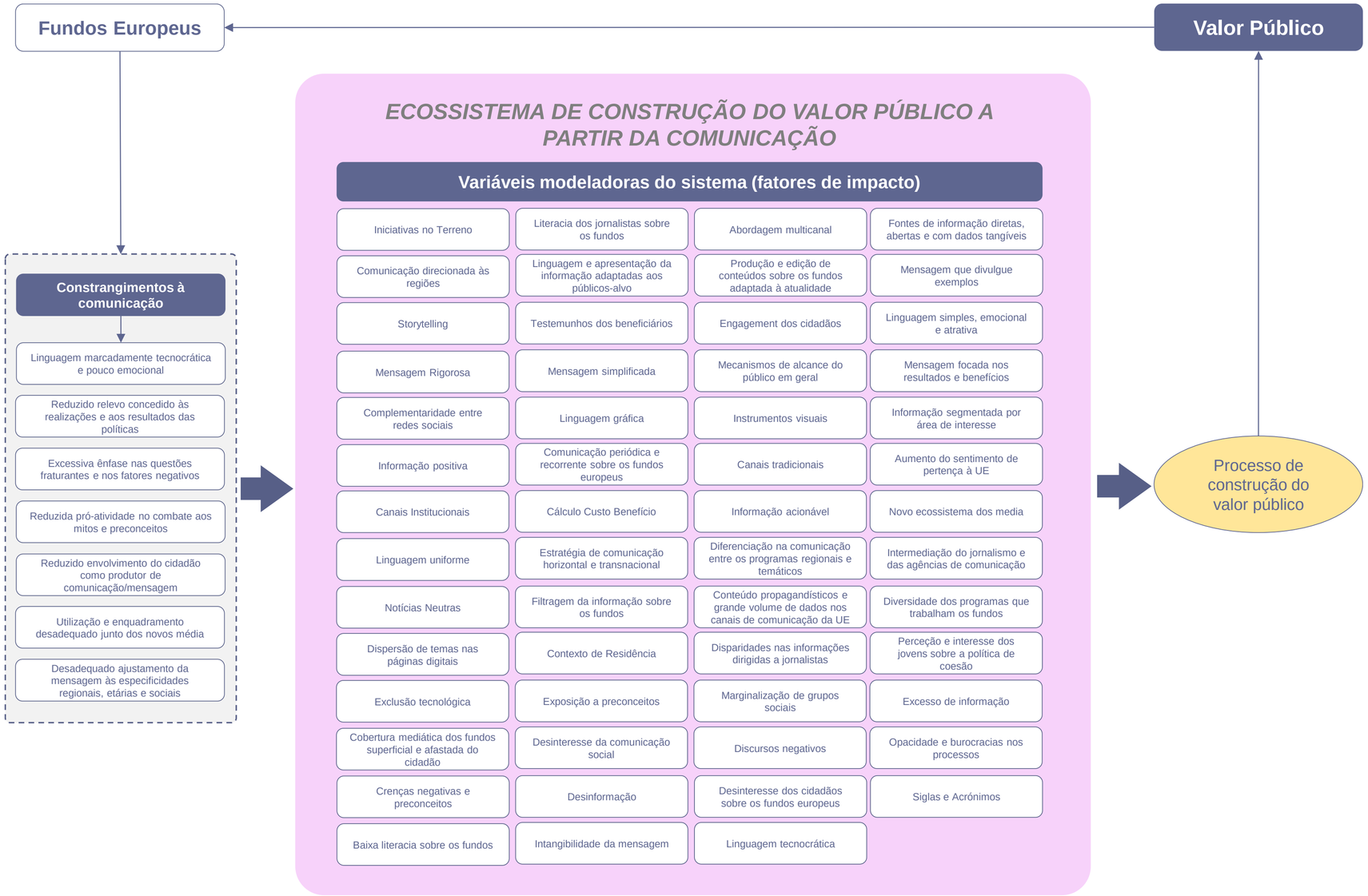
III. Identificar **opções estratégicas** para a valorização das componentes essenciais no processo de reforço e afirmação do valor público dos fundos europeus em Portugal a partir da comunicação.

3. Principais constrangimentos



Principais constrangimentos à comunicação no processo de construção do valor público

4. Processo de criação do valor público



4. Processo de criação do valor público

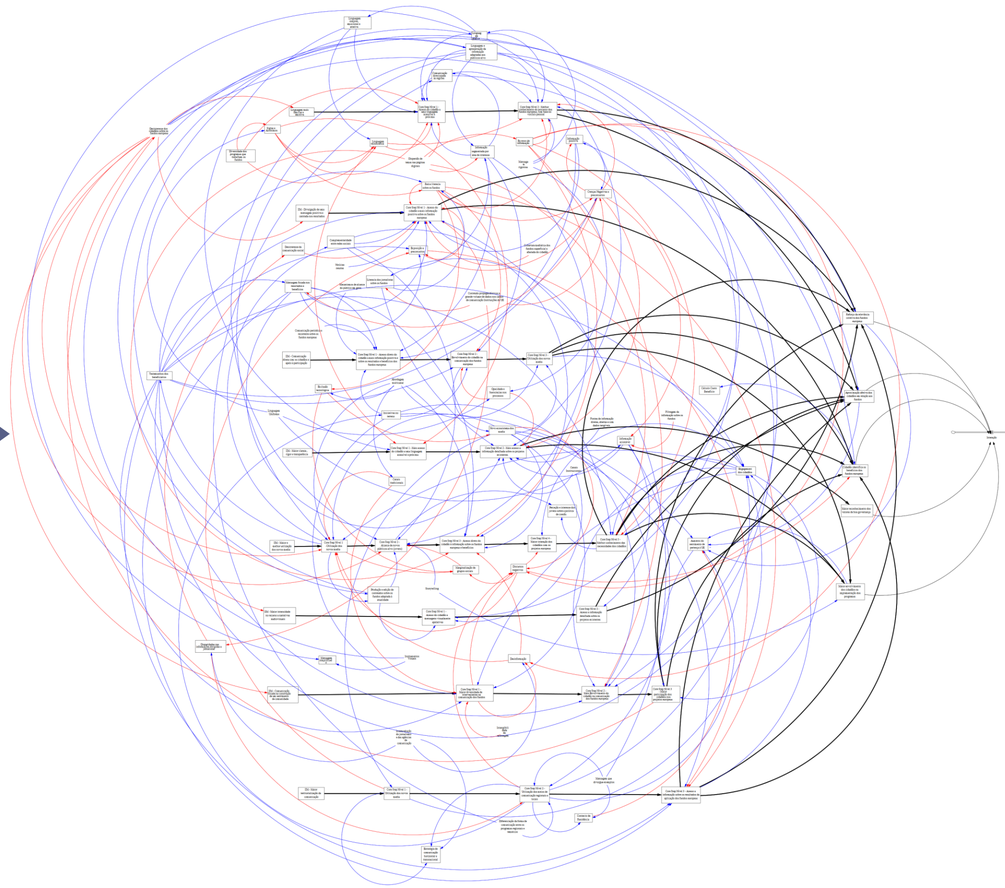
Fundos Europeus

Valor Público

Constrangimentos à comunicação

- Linguagem marcadamente tecnocrática e pouco emocional
- Reduzido relevo concedido às realizações e aos resultados das políticas
- Excessiva ênfase nas questões fraturantes e nos fatores negativos
- Reduzida pró-atividade no combate aos mitos e preconceitos
- Reduzido envolvimento do cidadão como produtor de comunicação/mensagem
- Utilização e enquadramento desadequado junto dos novos média
- Desadequado ajustamento da mensagem às especificidades regionais, etárias e sociais

ECOSSISTEMA DE CONSTRUÇÃO DO VALOR PÚBLICO A PARTIR DA COMUNICAÇÃO



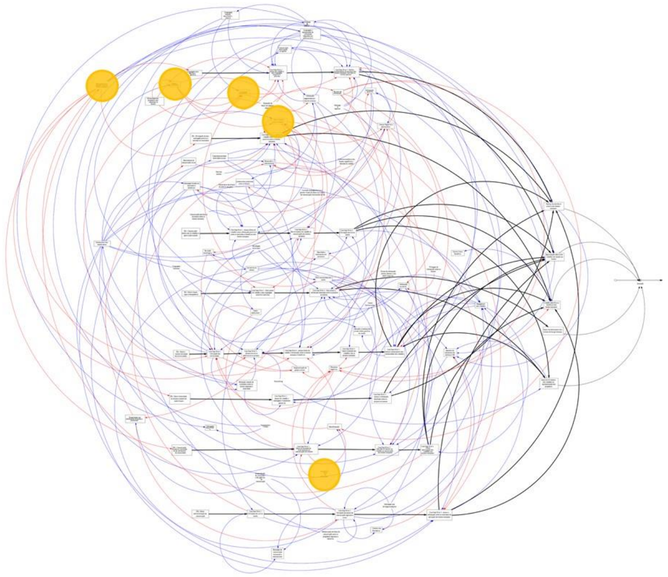
Processo de construção do valor público

Legenda:

Ligações causais sucessivas | Ligações causais generativas positivas | Ligações causais generativas negativas

dinamia 'cet _iscte

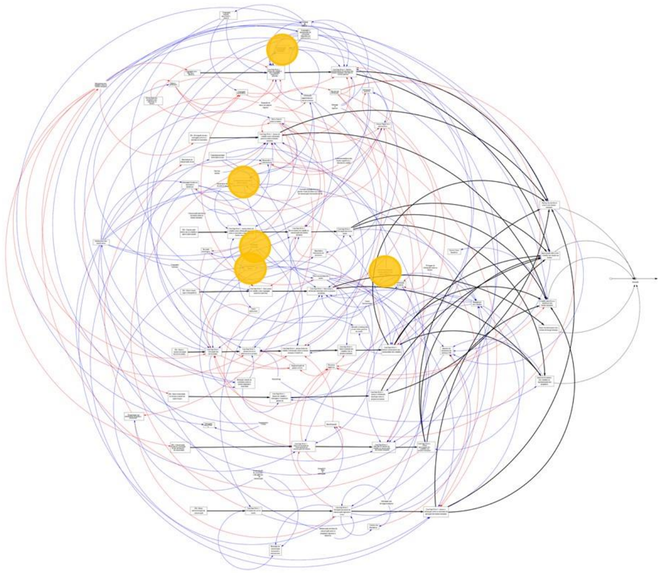
5. Exemplo de fatores de bloqueio



Principais “**fatores de bloqueio**” – obstáculos apreciáveis a uma evolução positiva do valor público;

- Utilização de **linguagem tecnocrática e vocabulário altamente burocrático, neutro e complexo**, frequentemente repleto de termos técnicos de difícil entendimento para o público em geral;
- **Utilização excessiva de siglas e acrónimos** na comunicação sobre os fundos europeus,
- **Intangibilidade da mensagem** associada à divulgação de mensagens abstratas, vagas e que dificultam a compreensão dos cidadãos sobre os benefícios e a aplicação concreta dos fundos;
- **Baixa literacia sobre os fundos europeus** por parte dos cidadãos e dificuldade de compreensão sobre a existência, acessibilidade e aplicação dos mesmos;
- **Desinteresse dos cidadãos** decorrente da complexidade do tema e da falta de disseminação eficaz da informação.

6. Exemplo de fatores de tração



Principais “**fatores de tração**” – elementos impulsionadores que estimulam de forma mais intensa o processo de construção do valor público:

- **Iniciativas no terreno** envolvam ações que proporcionam o contacto direto dos cidadãos com os projetos em curso;
- Utilização de uma **abordagem multicanal,** combinando canais tradicionais e de canais digitais na comunicação dos fundos europeus;
- Disponibilização de **fontes de informação diretas, abertas e com dados tangíveis**, que garantam dados claros, detalhados e atualizados acessíveis a todos os cidadãos;
- **Comunicação direcionada às regiões** e adaptação das mensagens às especificidades territoriais / regionais;
- R**eforço da literacia dos profissionais de comunicação** sobre os fundos europeus.

7. Opções estratégicas

Fundos Europeus

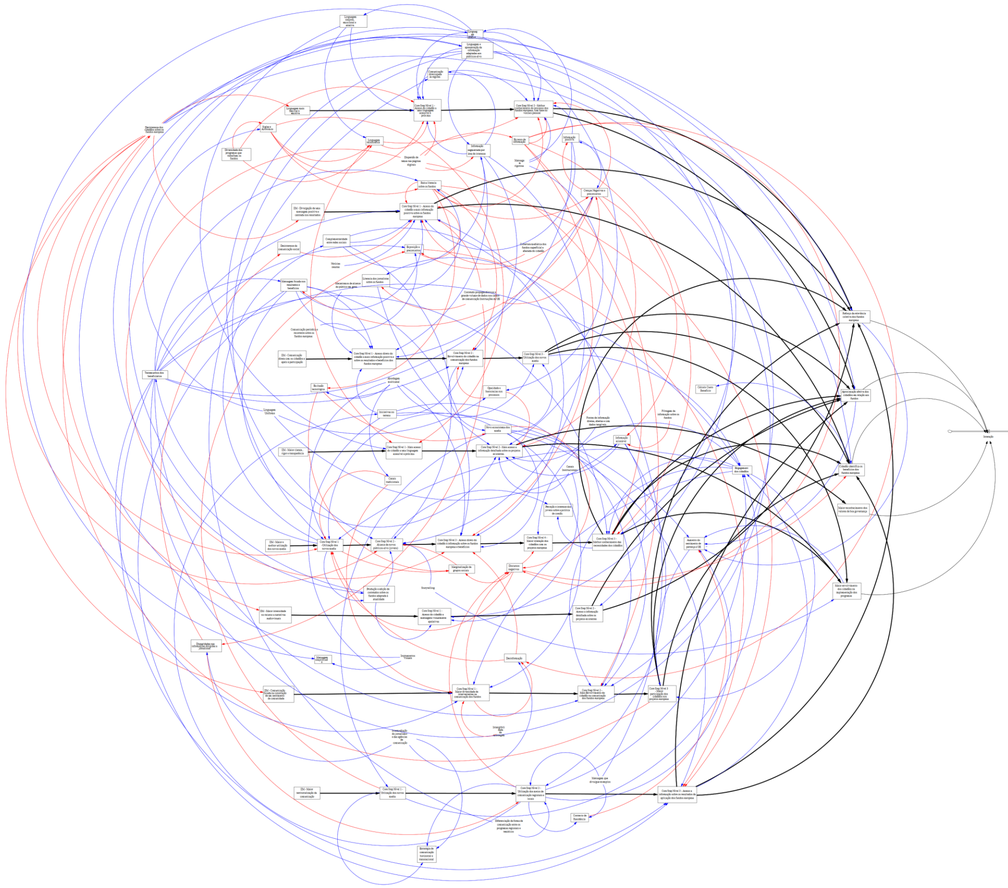
Valor Público

OPÇÕES ESTRATÉGICAS PARA O REFORÇO E AFIRMAÇÃO DO VALOR PÚBLICO DOS FUNDOS EUROPEUS EM PORTUGAL A PARTIR DA COMUNICAÇÃO

Processo de construção do valor público

Constrangimentos à comunicação

- Linguagem marcadamente tecnocrática e pouco emocional
- Reduzido relevo concedido às realizações e aos resultados das políticas
- Excessiva ênfase nas questões fraturantes e nos fatores negativos
- Reduzida pró-atividade no combate aos mitos e preconceitos
- Reduzido envolvimento do cidadão como produtor de comunicação/mensagem
- Utilização e enquadramento desadequado junto dos novos média
- Desadequado ajustamento da mensagem às especificidades regionais, etárias e sociais



Intervenções indutoras da mudança

- Comunicação focada na construção de um sentimento de comunidade
- Utilização de linguagem mais familiar e emotiva
- Comunicação direta com os cidadãos e apelo à participação
- Maior e melhor utilização dos novos média
- Maior territorialização da comunicação
- Divulgação de uma mensagem positiva e centrada nos resultados
- Maior clareza, rigor e transparência na comunicação
- Maior intensidade no recurso a narrativas áudio e visuais

Obrigado pela participação!

Sérgio Caramelo
Departamento de Ciência Política e Políticas Públicas – Escola de Sociologia e Políticas Públicas
Iscte – Instituto Universitário de Lisboa
Avenida das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa
TEL +351 217 903 000
Gabinete: 316 Ala Autónoma
Email: svbco@iscte-iul.pt

Página do projeto: https://www.dinamiacet.iscte-iul.pt/research-projects/Collective/valor-p%C3%BAblico-e-boost-comunicacional-dos-fundos-europeus

Financiado pela União Europeia

dinamia'cet _iscte
Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território